

"Stereotipi femminili nel dating on line.

Le donne italiane su Meetic"

di Giovanna Cosenza

estratto dal volume

# TECNOLOGIE DI GENERE

## Teoria, usi e pratiche di donne nella Rete

a cura di

Cristina Demaria e Patrizia Violi

Bononia University Press

Volume pubblicato grazie al contributo dell'Ateneo di Bologna  
e del Dipartimento di Discipline della Comunicazione.

Bononia University Press  
Via Farini 37, 40124 Bologna  
tel. (+39) 051 232 882  
fax (+39) 051 221 019

[www.buonline.com](http://www.buonline.com)  
e-mail: [info@buonline.com](mailto:info@buonline.com)

© 2008 Bononia University Press  
Tutti i diritti riservati

ISBN 978-88-7395-311-1

Progetto grafico di copertina: Alessio Bonizzato

Impaginazione: Gianluca Bollina-DoppioClickArt

Stampa: Editografica

Prima edizione: novembre 2008

## SOMMARIO

Introduzione 9  
*Cristina Demaria e Patrizia Violi*

### **Parte Prima** TEORIE E POLITICHE

Il dibattito sul genere e le nuove tecnologie:  
rapporti, usi e rappresentazioni  
*Cristina Demaria* 21

Corpi, generi, tecnologie:  
biopolitiche per nuove soggettività  
*Monica Baroni e Alessandra Gribaldo* 51

Oltre il cyberfemminismo.  
Micropolitiche nella terra di mezzo  
*Miriam Tola* 71

Genere, divario digitale e disuguaglianze digitali  
*Laura Sartori* 89

Due volte “speciali”:  
donne migranti e tecnologie di rete  
*Nicoletta Vittadini* 101

Tecnologia neutra ma non neutrale <i>Marzia Vaccari</i>	111
La frontiera di genere dell'eGovernment <i>Federica Fabbiani</i>	133
<b>Parte Seconda</b>	
TESTI E PRATICHE	
Donne-macchina <i>Giovanna Zapperi</i>	157
Femme-tasy: pratiche di genere e produzione hard nel web <i>Emanuela Ciuffoli</i>	169
Engendering the blog. Tra racconto del sé e desiderio dell'altro <i>Patrizia Violi</i>	187
Voci di donne nelle comunità virtuali <i>Antonella Mascio</i>	211
Stereotipi femminili nel dating on line. Le donne italiane su Meetic <i>Giovanna Cosenza</i>	233
<i>Le autrici</i>	265

# **Stereotipi femminili nel *dating on line*. Le donne italiane su Meetic**

*Giovanna Cosenza*

## **1. Che cos'è il *dating on line***

I siti di incontri personali (o siti di annunci personali) sono ambienti web *esplicitamente progettati* per mediare e favorire il fatto che le persone entrino in contatto via Internet (facciano *dating on line*) e poi approfondiscano la loro conoscenza anche dal vivo, a scopi soprattutto amorosi e/o sessuali. Nati a metà degli anni novanta negli Stati Uniti (pioniere fu Match.com, aperto nel 1995), dai primi anni 2000 questi servizi hanno cominciato a crescere in tutto il mondo e, come si dice con la retorica dei numeri che spesso si applica a Internet, lo hanno fatto in modo “esponenziale”:<sup>1</sup> volendo prendere in considerazione solo l'Italia, nel momento in cui scrivo (fine gennaio 2008) basta inserire nella casellina di Google l'espressione “siti di incontri” per ottenere oltre 310.000 risultati, il che testimonia quanto meno l'elevato numero di volte che si tematizza l'argomento sul web italiano. La richiesta di questi servizi è ormai talmente alta che l'offerta si è specializzata: oltre ai siti genericamente rivolti a eterosessuali che desiderano «trovare l'anima gemella» (è questa l'espressione più usata, cfr. § 5), ci sono siti che si rivolgono – con lo stesso obiettivo – a omosessuali,

---

<sup>1</sup> L'espressione “crescita esponenziale” viene spesso usata in riferimento a Internet perché – anche se pochi lo ricordano – esiste una legge, detta “legge di Reed” da David Reed, informatico del MIT, che riguarda il nesso tra le reti sociali e quelle fisiche. Secondo questa legge, la formazione di gruppi di persone che usano una rete per condividere interessi fa aumentare il valore di quella rete in modo esponenziale, cioè 2 elevato alla  $n$ , dove  $n$  sta per i gruppi che usano la rete. Cfr. Cosenza (2008, p. 162).

persone anziane, portatori di handicap, mamme e papà single, persone sovrappeso. Data la vastità delle offerte, sono nati persino meta-siti che aiutano a orientarsi nel caos, come l'italiano Guida-incontri.it, che è stato prezioso nelle prime fasi di questa ricerca.

Qualche numero può dare un'idea più precisa delle dimensioni del fenomeno del *dating on line* nel mondo e in Italia. Occorre premettere che le cifre che riporterò vanno prese con beneficio d'inventario, perché le fonti da cui vengono sono sempre i rappresentanti legali delle aziende proprietarie dei vari siti, che li sciorinano in interviste o dichiarazioni alla stampa, stando alle quali il loro sito detiene invariabilmente qualche primato quantitativo; inoltre, i giornalisti che parlano di *dating on line* (il fenomeno desta spesso l'attenzione morbosa dei media), lo fanno di solito sulla base di cifre che ricevono dagli uffici stampa delle aziende. Si tenga presente fra l'altro che – per ovvie ragioni – non c'è modo di verificare i numeri degli utenti complessivi o suddivisi per paese, né degli accessi giornalieri, mensili o annuali, neppure se ci si colloca nei vari siti e li si studia in dettaglio, sottoscrivendo una registrazione a pagamento come ho fatto io per questa ricerca.

Insomma, per capire le reali dimensioni del fenomeno anche soltanto in Italia, e soprattutto le proporzioni relative di accesso e uso dei vari siti, occorrerebbe una ricerca che, prescindendo da ogni dichiarazione più meno velatamente promozionale, si avvalsesse come minimo degli strumenti metodologici della ricerca sociale quantitativa e qualitativa. Ricerche di questo tipo fioriscono già da qualche anno negli Stati Uniti: il Media Lab del MIT, ad esempio, ha aperto un On line Dating Research Center,<sup>2</sup> che nell'aprile 2004 ha organizzato a Vienna un workshop, in cui convergevano competenze e metodologie della psicologia sociale, della sociologia quantitativa, della ricerca etnografica, degli studi sull'interazione persona/computer e sulla progettazione di interfacce web;<sup>3</sup> inoltre, sul web statunitense si trova una rivista specializzata come l'*On line dating magazine*, a cui collaborano psicologi clinici, giornalisti, ricercatori universitari, progettisti web.<sup>4</sup> Questo saggio può essere considerato, come vedremo, un primo con-

---

<sup>2</sup> Cfr. <http://smg.media.mit.edu/personals/>.

<sup>3</sup> L'abstract del workshop è scaricabile all'indirizzo <http://smg.media.mit.edu/personals/chi2004/>. Per una bibliografia americana di base, cfr. <http://smg.media.mit.edu/personals/biblio.shtml>.

<sup>4</sup> Cfr. <http://www.onlinedatingmagazine.com/>.

tributo per un'indagine sul *dating on line* in Italia, che combini l'analisi semiotica con alcuni strumenti della ricerca sociale qualitativa.

## 2. Perché Meetic?

Molte fonti ufficiali concordano sul fatto che oggi in Italia i siti di incontri più frequentati siano, nell'ordine, Meetic.it, Match.com e FriendScout24.it.

Meetic.it è il «sito n. 1 in Europa per le chat e gli incontri tra single», come recita la tag-line che lo descrive per i motori di ricerca. La società che lo possiede è stata fondata nel 2001 dall'imprenditore Marc Simoncini (che oggi ne è il presidente e direttore generale), è quotata in borsa da ottobre 2005 ed è in continua e rapidissima crescita. Attualmente il sito è tradotto in 12 lingue ed esiste in 15 paesi europei, 5 paesi asiatici, più Brasile e Cina. I ricavi di Meetic vengono principalmente dalla vendita di abbonamenti e gettoni di accesso prepagati (91%), dalla vendita dell'accesso al sito tramite telefonia mobile (WAP, SMS, I-Mode) (6,2%), dalla vendita di spazi pubblicitari (2,1%) e dall'organizzazione di eventi (0,7%).<sup>5</sup> Stando alle ultime cifre, Meetic ha oltre 28 milioni di iscritti nel mondo, e una presenza media di 1 milione di visitatori al mese.<sup>6</sup>

La versione italiana di Meetic è stata aperta nel 2002 e le stime parlano al momento di 2.400.000 utenti italiani. Finora le donne italiane possono accedere gratuitamente a gran parte dei servizi di Meetic:<sup>7</sup> creazione di un profilo personale con foto, ricerche avanzate sulla totalità degli iscritti al database internazionale (profili completi, inclusivi di book fotografico), comunicazione via messenger<sup>8</sup> e videochat, invio

---

<sup>5</sup> Fonte: <http://www.boursier.com>.

<sup>6</sup> Cfr. la sezione "Chi è meetic" nella home page ([http://www.meetic.it/misc/whois\\_v.php](http://www.meetic.it/misc/whois_v.php)).

<sup>7</sup> Tuttavia, in un'intervista del 16 febbraio 2007 per la rivista «Le Journal du Net» (<http://www.journaldunet.com>), Simoncini annunciava l'intenzione di introdurre a breve, nei paesi in cui ancora non è previsto, il pagamento dei servizi di base anche per le donne.

<sup>8</sup> I messenger (Microsoft MSN è uno dei più noti) sono ambienti integrati che aggiungono alla chat tradizionale – che permette la comunicazione testuale sincrona fra utenti connessi a Internet – strumenti di video-comunicazione, ambienti ludici, strumenti per inviare e ricevere mail e file. Strettamente parlando, i siti di incontri sono messenger orientati al *dating on line*.

di mail ai profili selezionati e risposta su tutti i canali, se contattate. Gli uomini, invece, per accedere alle stesse funzioni devono sottoscrivere un abbonamento che costa circa 30 euro al mese (e decresce per registrazioni plurimensili).

Guida-incontri.it mette al primo posto Meetic, da un lato, per la completezza ed eccellenza dei servizi, dall'altro, per la sicurezza:

Meetic è un sito estremamente sicuro e controllato grazie ad un team di oltre 75 persone che controlla continuamente la qualità dei profili. Altrettanto controllata è la chat (dialogo in diretta), dove si verifica continuamente che non ci sia linguaggio volgare o scorretto. [...] Tutto sommato Meetic guadagna per noi un primo posto incontestato, perché presenta l'offerta più completa, con un occhio di riguardo per l'interattività.

Match.com, nato nel 1995 a Dallas in Texas, ha oggi oltre 20 milioni di iscritti in 37 paesi del mondo (dall'Europa alla Cina, dagli Stati Uniti all'Australia al Sud Africa); giunto in Italia nel 2002, conta oggi circa 1 milione di utenti italiani. Recensito da Guida-incontri.it come «facile da usare» e «molto serio» perché esercita una «buona verifica sui profili», il sito offre gratuitamente la possibilità di inserire un proprio annuncio con foto, di esaminare e fare ricerche sugli iscritti dei paesi in cui è attivo, di inviare ai profili scelti una «strizzatina d'occhio». Tuttavia, per rispondere a eventuali «strizzatine» ricevute, e contattare via mail o chat le persone di cui si è selezionato il profilo, è necessario sottoscrivere un abbonamento di circa 30 euro al mese (il prezzo scende per più mensilità).

Friendscout24, nato a Monaco di Baviera nel 1999, oggi è, stando ai comunicati stampa dell'azienda che lo gestisce in Italia, «il portale d'incontri più amato d'Europa», dove conta 6,4 milioni di iscritti, con circa 9000 registrazioni nuove al giorno e 160.000 utenti on line ogni giorno. Guida-incontri.it parla di 800.000 iscritti italiani a Friendscout24 e sottolinea l'«alta qualità» dei profili personali che il sito ha in archivio, visto che un «servizio clienti controlla la serietà dei contenuti (foto e testi)». Anche in questo caso è gratuito l'accesso di base, che permette di creare il proprio annuncio, fare ricerche sui profili altrui (potendone vedere solo una porzione), rispondere su chat solo se si è contattati; mentre per contattare attivamente i profili scelti e accedere alle funzioni complete, l'abbonamento costa più o meno 25 euro al mese (e decresce per più mensilità).



L'offerta italiana di *dating on line* non finisce qui. Oltre a Meetic.it, Match.com e FriendScout24.it, ci sono siti meno frequentati come Cupid.it, Nirvam.it, Onemeet.it, Quizzamore.com, volendo menzionare solo quelli che Guida-incontri.it tiene ancora «sotto osservazione» per verificarne la serietà. E poi ci sono i siti che funzionano come vere e proprie *agenzie matrimoniali* on line (ad esempio, Be2.it e Parship.it), perché non si limitano a ospitare le informazioni che le persone decidono di inserirvi, ma sottopongono gli utenti a un test progettato da specialisti psicologi (o sedicenti tali), grazie al quale il sito propone a ognuno una serie di possibili «anime gemelle», individuandole per affinità caratteriale, complementarità o altre motivazioni psicologiche più o meno seriamente fondate.

Ma gli ambienti italiani di *dating on line* diventano decine e decine, se includiamo nel computo le sezioni dedicate agli annunci personali che ormai quasi qualunque portale web offre: ad esempio Capital 4 Love sul sito di Radio Capital (del Gruppo Editoriale L'Espresso), OasisLove.it sul portale SupeEva.it, Love@Lycos su Lycos, Cupido su Libero, TiscaliIncontri su Tiscali. E la lista potrebbe continuare a lungo (centinaia di siti), se aggiungiamo tutte le chat e i forum che *non* sono progettati (e comunicati) esplicitamente come ambienti per «incontrare l'anima gemella», ma come luoghi che servono solo a «fare nuove amicizie» (così si autodefiniscono), e tuttavia l'incontro amoroso e/o sessuale è lo scopo che più frequentemente gli utenti perseguono: mi limito a nominare Netlog.it e Chatta.it, che sono fra le comunità più nutrite.

Ho scelto insomma di concentrarmi su Meetic perché, volendo indagare il *dating on line* italiano e dovendo cominciare da qualche parte, è questo il sito più frequentato in Italia. Inoltre – e le due cose vanno assieme – è anche il sito di incontri più noto fuori dalla cerchia dei suoi utenti, grazie alle numerose campagne stampa, radiofoniche e televisive che l'azienda proprietaria ha promosso da quando è sbarcata in Italia: la comunicazione sui canali televisivi generalisti cominciò all'inizio del 2006 (pochi mesi dopo l'ingresso in borsa) ed è culminata nell'autunno 2007 con uno spot diretto dal regista Gabriele Muccino, che è ancora in onda mentre scrivo. È facile immaginare che, con queste continue campagne pubblicitarie, il numero di persone che usano Meetic sia destinato solo a crescere.

### 3. Oggetto e metodo della ricerca

Questo lavoro è il primo tassello di una ricerca che ho avviato presso il Dipartimento di Discipline della Comunicazione dell'Università di

Bologna, in cui lavoro. Il panorama del *dating on line* è infatti molto più interessante e vasto di quanto possa emergere dalle poche pagine di un articolo.

Per dare un contributo che fosse pertinente e sensato nei limiti di questo spazio, ho deciso di procedere come segue. Mi sono iscritta a Meetic sia con come «donna che cerca un uomo», sia come «uomo che cerca una donna» (sono queste le etichette che Meetic propone, cfr. § 4), per fare all'interno della *community*<sup>9</sup> di Meetic ciò che in Cosenza (2008, § 7.1.4) ho chiamato *osservazione semiotica partecipante*: si tratta di praticare in prima persona un ambiente di comunicazione on line, seguendo le regole (e i limiti) che la ricerca sociale ha individuato per la tecnica dell'osservazione partecipante, da Malinowski (1922) a oggi (Corbetta 2003, cap. 1); nella mia prospettiva, questa tecnica è ulteriormente arricchita da un corredo di concetti e strumenti analitici provenienti dalla semiotica generativa e interpretativa contemporanea, considerati nel senso che Blumer (1969) attribuiva all'idea di «concetti orientativi»:

i concetti orientativi [*sensitizing concepts*] forniscono solo una guida di avvicinamento alla realtà empirica [...] suggerendo le direzioni in cui guardare [...] in una relazione di autocorrezione col mondo empirico tale che le proposte su questo mondo possano essere controllate, raffinate e arricchite dai dati empirici (Blumer 1969, pp. 249-150, trad. mia).

In questo orizzonte metodologico, mi sono innanzi tutto iscritta a Meetic come «donna che cerca un uomo» per sperimentare ciò che accade alle donne (o sedicenti tali) che frequentano questa *community*: dalla costruzione del profilo personale ai primi contatti via chat e mail con possibili partner, dalla gestione (non sempre facile) dei rapporti on line al primo incontro faccia a faccia; quindi, mi sono iscritta come «uomo che cerca una donna», per fare altrettanto con interlocutrici femminili. Purtroppo il tempo a disposizione, da quando ho avviato

---

<sup>9</sup> Con il termine *community* mi riferisco alle cosiddette *comunità virtuali*, nate con i BBS e i newsgroup di Usenet negli anni settanta e oggi diventate un fenomeno di massa. Rheingold definiva le comunità virtuali come «aggregazioni sociali che emergono dalla rete quando un certo numero di persone porta avanti delle discussioni pubbliche sufficientemente a lungo e con una partecipazione emotiva tale da formare dei reticoli di relazioni sociali nel cyberspazio» (Rheingold 1993, trad. it. p. 5).

l'indagine alla consegna di questo scritto, era troppo ristretto per ottenere ed elaborare i primi risultati di una osservazione partecipante che fosse degna di questo nome – per la quale occorrerebbe almeno un anno di pratica. In altre parole, per ora ho condotto soltanto una meticolosa *osservazione analitica*, lavoro preliminare necessario, ma non sufficiente a essere definito *partecipante*: è infatti mancata la possibilità di *interagire effettivamente e per un lasso di tempo rilevante* con i membri della *community* (uomini o donne, a seconda del ruolo giocato).

Non solo: l'ambiente di Meetic è troppo complesso perché si possano desumere, in un periodo breve, risultati *esaustivi* anche dalla semplice osservazione analitica, che tanto semplice non è perché:

1. la varietà di informazioni personali che Meetic permette di introdurre (e/o inventare) per creare il proprio profilo è notevole, il che moltiplica gli elementi di cui bisogna tenere conto nell'analisi (cfr. § 4);
2. il numero di iscritti e iscritte provenienti da tutte le regioni italiane è molto alto (come s'è visto, sono circa 2.400.000 utenti complessivi);
3. i canali attraverso cui le persone possono interagire on line prima dell'incontro faccia a faccia sono, anche questi, molti e diversi per caratteristiche tecniche e contenuti trasmissibili: per citare i principali, chat testuale, mail, videochat, segnalazione di cosiddetta "sbandata" (facendo clic su un pulsante si segnala a qualcuno di "aver sbandato" per lei o lui), osservazione gli uni dei profili degli altri (visitare il profilo di qualcuno è già un modo di interagire, perché il sistema permette a ognuno di sapere quanti e quali utenti stanno visitando e hanno visitato il proprio profilo); per di più, ai canali offerti da Meetic di solito gli utenti aggiungono abbastanza in fretta la mail personale (esterna a Meetic) e la comunicazione al cellulare (SMS o voce).

In sintesi, ciò che sto per esporre sono i risultati della pratica di *osservazione analitica e semioticamente orientata* (ma non ancora partecipante) che finora ho condotto sui profili registrati a Meetic.it come «donna che cerca un uomo», vale a dire sulle informazioni che le donne hanno inserito, per autodescrivere, nella maschera di iscrizione a questo ambiente. Inoltre, per ridurre il numero di profili da prendere in considerazione a un ordine di grandezza maneggevole (circa 3000), mi sono limitata a osservare analiticamente quelli di:

1. donne di età compresa fra 20 e 70 anni,

2. con diploma di maturità, titolo di laurea o superiore,
3. provenienti da tre regioni italiane: Piemonte, Emilia-Romagna e Sicilia (considerate rappresentative, grossomodo, del nord, centro e sud Italia).

Infine, per limitare il numero di informazioni che ogni autoprofessione contiene (cfr. § 4), ho scandagliato solo i dati che Meetic ospita nella sezione che si chiama, appunto, «Profilo», la quale include fra l'altro il cosiddetto «Annuncio» personale.

#### 4. L'interfaccia di accesso a Meetic

Cosa succede a un aspirante utente, donna o uomo che sia, quando decide di registrarsi a Meetic? Innanzi tutto deve inserire un nickname (il più possibile originale, perché se è già usato da qualcuno il sistema non lo accetta), una password e un indirizzo di posta elettronica a cui la redazione invierà comunicazioni di servizio, informazioni promozionali, ma soprattutto videate che contengono liste di possibili partner, scelti per vicinanza geografica e presunte affinità (se hanno dato le stesse risposte alle domande che fra un po' vedremo). Quindi il sistema propone all'utente di:

1. autodefinirsi come «donna che cerca un uomo», «donna che cerca una donna», «uomo che cerca una donna», o «uomo che cerca un uomo»;
2. dichiarare un'età fra 18 e 100 anni;
3. dichiarare la propria data di nascita;
4. dichiarare il paese di residenza;
5. inserire il codice di avviamento postale (serve a identificare la provincia di residenza).

Dopo di che, Meetic pone una nutrita sequenza di domande a scelta multipla su preferenze, tempo libero, passioni, idiosincrasie; chiede di scrivere un breve testo libero («Il mio annuncio»), in cui l'utente racconta qualcosa su di sé e sulla persona che sta cercando, oppure qualcosa che consideri significativo in generale (dicendolo con le proprie parole o con un motto, una citazione, come alcuni fanno); infine il sistema chiede di aggiungere materiali fotografici e video. Il tutto è incasellato in queste voci: «Profilo», «Descrizione», «Il mio stile di vita», «Il mio ideale», «Le mie foto», «Il mio video».

La sezione «Profilo» ospita innanzi tutto il testo libero chiamato «Il mio annuncio» (minimo 50, massimo 2000 caratteri), riguardo al quale la redazione avverte:

Tutti gli annunci contenenti:

- dati personali (indirizzo e-mail, n° di telefono, indirizzi, cognomi, ecc.)
- termini o tematiche non corretti
- messaggi commerciali
- termini non corrispondenti alle nostre condizioni d'uso o allo spirito del servizio
- ... saranno modificati o eliminati.

Quindi il «Profilo» ospita, nell'ordine, queste informazioni: *il mio paese di residenza, il mio cap, la mia città, data di nascita, segno zodiacale, nazionalità* (può essere diversa dal paese di residenza), *lingue parlate* (oltre a quella madre), *stato civile* (le donne possono scegliere fra: non lo dico, libera, sposata, separata, divorziata, vedova), *vivo* (non lo dico, da sola, con i figli, con i genitori, in condivisione, in parte con i figli – custodia alternata), *bambini* (non lo dico, nessuno, sì 1, sì 2, sì 3, sì 4, sì 5, sì più di 5, numero imprecisato), *voglio dei bambini* (non lo dico, nessuno, sì 1, sì 2, sì 3, sì 4, sì 5, sì più di 5, numero imprecisato), *professione* (a scelta fra: non lo dico, agente assicurativo, agente immobiliare, agente viaggi, agricoltore, altri dirigenti, architetto, artista/pittrice, assistente sociale, assistente/segretaria, assistenza clienti, attrice, autista/camionista, avvocatessa, bibliotecaria/libraia, cameriera, commerciante, consulente, contabile, cuoca, dentista, dirigente amministrativo, dirigente bancario, dirigente commerciale, dirigente finanziario, dirigente risorse umane, dirigente/quadro superiore, disoccupata, editore, educatrice, estetica (*sic*), fiorista, fisioterapista, funzionario, giornalista, giurista, grafica, impiegata ospedaliera, imprenditrice, infermiera, insegnante, interprete, medico, militare, musicista, notaio, operaia, parrucchiera, pensionata, personale aereo, personale associazione, poliziotto, pompiere, pubblicitaria, ristoratrice, scrittrice, selezione personale, sportiva, studentessa, tecnico informatico, tecnico non informatico, tecnico, altri); *titolo di studio* (a scelta fra: non lo dico, scuola dell'obbligo, diploma maturità, laurea, master post laurea, dottorato); reddito (non lo dico, < 10.000 euro annui, da 10 a 20 mila euro annui, da 20 a 30 mila euro annui, da 30 a 40 mila euro annui, da 40 a 50 mila euro annui, da 50 a 75 mila euro annui, da 75 a 100 mila euro annui, > 100 mila euro annui); *religione* (non lo dico, agnostica, atea, buddista, cattolica, ebrea, induista, musulmana, ortodossa, protestante, altro); *livello di pratica religiosa* (non lo dico, praticante, praticante occasionale, non praticante).

Come si vede, le scelte a disposizione per autocaratterizzarsi sono numerose già nella sola sezione «Profilo». A queste vanno aggiunte le voci proposte dalle altre sezioni, che mi limiterò a descrivere sommariamente.

La sezione «Descrizione» ospita innanzi tutto *informazioni fisiche* («La mia descrizione fisica»): altezza, peso, corporatura (a scelta fra: magra, sportiva, normale, qualche chilo di troppo, rotonda), colore e lunghezza dei capelli, colore degli occhi, stile di abbigliamento (casual, chic, classico, alla moda, ecc.), origine etnica, più un'autovalutazione del proprio aspetto; quindi troviamo informazioni sul *carattere* dell'utente («Il mio carattere»), ripartite in questo modo: «La mia personalità» (fra le scelte: allegra, generosa, inquieta, espansiva, solitaria, timida, e diversi altri aggettivi), «Sono romantica» (a scelta fra: non lo dico, molto romantica, abbastanza romantica, poco romantica, per niente romantica), «Per me il matrimonio è» (non lo dico, irrinunciabile, molto importante, importante, non indispensabile, mai più, non se ne parla proprio).

La sezione «Il mio stile di vita» contiene informazioni su: gusti musicali, film preferiti, animali da compagnia, hobby, sport praticati, tolleranza o meno al fumo, predilezioni alimentari.

La sezione «Il mio ideale» elenca le proprietà che si desidererebbe che il partner incarnasse: innanzi tutto, ancora una volta, dati anagrafici, come il *range d'età* preferito (da 18 a 100 anni) e lo *stato civile*; poi un certo numero informazioni sulla vita che si vorrebbe che il partner facesse: se vive solo, con i figli, i genitori e così via (vedi le opzioni del «Profilo»), se ha bambini e quanti (vedi «Profilo»), se vuole bambini e quanti (vedi «Profilo»), di che nazionalità è, quante e quali lingue parla, qual è la sua religione e se la pratica, che professione fa (con lo stesse scelte possibili nel «Profilo», ma declinate al maschile), che titolo di studio ha, quale reddito; infine, tutte le caratteristiche che abbiamo già visto in «La mia descrizione» e «Il mio stile di vita», ma riferite stavolta al *partner ideale*: altezza, peso, corporatura, occhi, origine etnica, valutazione del proprio aspetto fisico, tipo di abbigliamento, capelli, occhi, personalità, grado di romanticismo, cosa pensa del matrimonio, gusti musicali, cinematografici, sport praticati, grado di tolleranza al fumo, gusti alimentari.

Infine, la sezione «Le mie foto» permette di pubblicare fino a 5 foto personali, con l'avvertenza che la redazione le accetterà solo se sono focalizzate sul viso e ne permettono il riconoscimento. E la sezione «Il mio video» invita a inserire un filmato della durata di un minuto per autopresentarsi e «moltiplicare per 10», come dice il testo a fianco, i propri contatti.

## 5. Gli stereotipi nell'interfaccia

La gran quantità e varietà di informazioni che la maschera di accesso a Meetic permette di inserire è progettata, evidentemente, per dare agli utenti la più ampia libertà nel costruire il profilo, con l'idea che questo debba (e possa, proprio per merito di questa libertà) rappresentare il maggior numero di sfumature della propria vita e personalità reali. Ma un'analisi più attenta mostra abbastanza in fretta che in realtà l'interfaccia riproduce – in modo più o meno implicito – diversi *stereotipi* sulle donne, gli uomini e ciò che conta nelle loro relazioni amorose. In definitiva, la libertà di autocaratterizzarsi concessa da Meetic è meno grande di come appare, perché condizionata da questi stereotipi.

Per “stereotipo” intendo ciò che comunemente si intende nelle scienze sociali: un *insieme rigido e semplificato di credenze* che un certo *gruppo sociale* condivide e ripete in modo acritico su un oggetto, stato di cose, evento, comportamento, o su un altro gruppo sociale, spesso facendo dello stereotipo una base per formulare *pregiudizi*, cioè giudizi aprioristici *non* basati su dati empirici sufficienti, giudizi che a volte sono neutri ma più spesso *negativi*.<sup>10</sup> L'equivalente semiotico della nozione di stereotipo sta in quel sottoinsieme dell'*enciclopedia* di Eco (1979, 1984) che riguarda le *competenze mediamente condivise* in un certo ambito socio-culturale, competenze che per Eco possono essere rappresentate e organizzate, nell'analisi, sotto forma di *sceneggiature*; queste sono *schemi di azione e comportamenti standard*, sistemi di aspettative reciproche su cosa è *normale, accettabile, condiviso* che, in una certa cultura e un certo periodo storico, le persone *facciano* in una situazione data: al cinema, al supermercato, per strada, a scuola o, tornando al nostro argomento, nelle relazioni fra i generi sessuali e nella vita di coppia. Non sto dicendo che il concetto di sceneggiatura di Eco equivalga alla nozione sociologica di stereotipo, ma solo che ne possa costituire la base: sceneggiature mediamente condivise, infatti, a furia di ripetersi *possono* irrigidirsi al punto da diventare stereotipi e, come tali, dar adito a pregiudizi.

---

<sup>10</sup> Il termine “stereotipo” fu coniato a fine Settecento in ambiente tipografico, per indicare la riproduzione duplicata di immagini a stampa per mezzo di forme fisse (dal greco *stereós* = rigido e *typos* = impronta). Di solito si fa risalire l'introduzione di questo concetto nelle scienze sociali al lavoro di Lippmann (1922) sui processi di formazione dell'opinione pubblica. Una sintetica discussione sui rapporti fra stereotipi e pregiudizi, sulle loro origini sociali e psicologiche, sulle strategie per difendersene si trova in Mazzara (1997).

Ma vediamo dove stanno gli stereotipi nell'interfaccia di Meetic. Innanzi tutto, i generi sessuali che l'interfaccia prevede sono solo *due* (donna e uomo), e l'omosessualità maschile e femminile è ammessa solo per gioco combinatorio; il che esclude non solo le possibilità più "trasgressive" del *trans-gender* (è chiaro che Meetic non si rivolge a questi utenti), ma anche una più tranquilla scelta bisessuale: chiunque fosse orientata/o a cercare *sia* uomini *che* donne non avrebbe altra scelta che registrarsi *due volte*, ad esempio come «donna che cerca un uomo» e «donna che cerca una donna», oppure, per la bisessualità maschile, come «uomo che cerca un uomo» e «uomo che cerca una donna». Tuttavia i desideri, le aspettative, le motivazioni, i comportamenti bisessuali sono molto diversi – evidentemente – dalla semplice somma di omosessualità ed eterosessualità.

In secondo luogo, le prime informazioni che il sistema richiede, dopo i quattro orientamenti sessuali ammessi, compongono una sorta di *rudimentale scheda anagrafica*: nickname, età – chiesta ben due volte: prima come numero fra 18 e 100, poi come data di nascita – e infine luogo di provenienza (inteso come nazione e provincia di quella nazione). Altrettanto vale per le primissime informazioni con cui si è chiamati a caratterizzare il partner ideale: ancora una volta nickname, età, luogo di provenienza.

Accade poi che questa ossatura anagrafica sia la prima cosa che di ogni profilo appare quando si fanno ricerche nel database di Meetic. Se ad esempio, entrando in Meetic come «uomo che cerca una donna», faccio una ricerca su tutte le iscritte a Meetic fra i 30 e 45 anni che abitano nella provincia di Bologna, questa è la schermata dei risultati:





Come si vede, di ogni «donna che cerca un uomo» corrispondente ai parametri che ho impostato (residente a Bologna, di età fra 30 e 45 anni), il sistema restituisce una piccola scheda che mostra, nell'ordine:

1. una miniatura della foto che la donna ha inserito nel suo «Profilo»;
2. l'età: 32 anni, 41 anni, ecc.;
3. l'informazione se la donna è on line o no (quindi contattabile all'istante o no);
4. l'informazione che la donna è di Bologna, Italia;
5. l'informazione che il suo partner ideale ha da  $x$  a  $y$  anni (ad esempio: «Partner ideale: da 36 a 45 anni»).

Se poi sono interessata ad approfondire la conoscenza di qualcuna in particolare, faccio clic sulla sua piccola foto e il sistema apre la prescelta a tutta pagina, ma lo fa riproducendo, nella colonna a sinistra, gli stessi dati anagrafici già visti (solo ingranditi) e, di tutte le informazioni che la donna ha inserito per iscriversi a Meetic, solo la sezione «Profilo» che contiene l'annuncio. Questa è la videata:



È chiaro che poi posso fare clic sulle altre sezioni («Descrizione», «Il mio stile di vita», ecc.) ed esaminarle a fondo quanto voglio, ma la priorità sequenziale che il sistema conferisce alla scheda anagrafica e alla sezione «Profilo» è inequivocabile: utenti frettolosi o svogliati si limiteranno – è facile prevederlo – a questi primi dati.

In Cosenza (2007) ho già osservato quanto sia riduttivo e banalizzante usare età, sesso e provenienza geografica come criteri

di base per identificare le persone, e quanto sia invece sempre più diffuso, nelle società occidentali, il fatto che tutti, dai singoli individui ai media, alla pubblicità, insistano su questa riduzione e banalizzazione. Persino su Internet, dove di principio le persone sarebbero più libere che nelle interazioni faccia a faccia di costruire la loro identità come meglio credono, da sempre l'acronimo ASL indica le primissime domande con cui in genere si comincia una chat: *Age, Sex e Location*, età, sesso e luogo di provenienza.<sup>11</sup> Per di più, Meetic non si limita a rispecchiare questa tendenza generale, ma la rinforza e irrigidisce ulteriormente, perché la impone nell'interfaccia di accesso e più volte al suo interno: è così che, proprio in un ambiente in cui si potrebbe non tanto mentire sui propri dati anagrafici (cosa che molti fanno), ma finalmente *prescinderne* a favore di criteri più interessanti e vari per autocaratterizzarsi, in realtà le persone non fanno che ribadire, dal primissimo momento in cui vi entrano, sempre la stessa ossessione: *Age, Sex e Location*.

Ci sono poi altri due parametri che mi sembrano interessanti per gli stereotipi che esprimono: «Sono romantica» (con possibilità di scegliere fra: non lo dico, molto romantica, abbastanza romantica, poco romantica, per niente romantica) e «Per me il matrimonio è» (a scelta fra: non lo dico, irrinunciabile, molto importante, importante, non indispensabile, mai più, non se ne parla proprio). Certo, in entrambi i casi (come in altri) è sempre possibile dissociarsi, scegliendo o di lasciare la casella vuota, o di riempirla con un «non lo dico» o «per niente romantica», oppure di scegliere, nel caso del matrimonio, «non se ne parla proprio» (il che presuppone che se ne abbia avuta un'esperienza fallimentare o si abbiano pregiudizi negativi al riguardo); ma la possibilità di eludere la domanda non toglie che sia stata posta.

In sintesi, il modello di coppia valorizzato da Meetic rispecchia il cliché più tradizionale con cui la cultura occidentale – dalla seconda metà del Settecento a oggi – ha sempre rappresentato le relazioni fra i generi sessuali: l'*amore romantico*, idealmente mirato a formare coppie eterosessuali unite da vincolo di *matrimonio*. Non potendo qui approfondire la complessa rete di cause e conseguenze

<sup>11</sup> Per un'analisi della tensione che può nascere in chat quando un partecipante esita a fornire qualche parametro di ASL, cfr. Wallace (1999, cap. 2).

socio-economiche che da secoli questo modello si porta dietro, né le implicazioni narrative, passionali, di ruolo che lo accompagnano, mi limito a riprendere la definizione sintetica che dell'amore romantico ha dato, in un celebre lavoro, lo psicologo americano Nathaniel Branden: un «appassionato legame di attaccamento tra un uomo e una donna che è nello stesso tempo spirituale, emotivo e sessuale, e riflette un'alta stima reciproca» (Branden 1980, p. 3, trad. mia). Basterà infatti questa, per quanto banale, a inquadrare la maggior parte degli annunci femminili su Meetic, indipendentemente dall'età, dal titolo di studio e dalla regione di provenienza delle iscritte (cfr. § 6).

Numerosi altri elementi dell'interfaccia di Meetic concorrono a confermare questo cliché. Il logo, ad esempio, include la stilizzazione di un cuoricino, composto con le due “e” della parola “Meetic” che si congiungono come fossero i membri di una coppia:



Ma anche l'espressione «anima gemella», usata fin dalla home page per definire Meetic «Il leader italiano ed europeo per trovare l'anima gemella», esprime l'unione simbiotica che il senso comune tipicamente associa all'amore romantico. L'idea di anima gemella è talmente radicata nella nostra cultura, che può essere ricondotta come minimo alle affinità elettive di Johann Wolfgang Goethe (*Die Wahlverwandtschaften*, 1809), ma anche, andando alla origini del pensiero occidentale, al *Simposio* di Platone (IV secolo a. C.), in cui si narra che gli esseri umani avevano originariamente la forma di una sfera ma, separati dagli dei per punire la tracotanza con cui avevano tentato di scalare l'Olimpo, erano stati condannati a cercare la metà mancante per tutta la vita.

Inoltre, tutte le videate che accompagnano l'iscrizione a Meetic sono piene di immagini che rappresentano coppie eterosessuali romanticamente allacciate e sorridenti. Questa è la home:



Questa è la foto che si trova nella sezione «Controllo e sicurezza»:



Quest'altra immagine accompagna il «Chi è Meetic»:



Infine, dalla home si accede a una pagina che ospita le storie esemplari di Meetic («Le storie più belle»), e le introduce con questo testo:

Come te, hanno cliccato un giorno su meetic, per provare...  
E hanno provato! Si sono innamorati, hanno fatto nuovi incontri... La loro vita è cambiata. Qui sono raccolte storie commoventi, incredibili, buffe, in ogni caso vere, per mostrarvi che l'amore è presente tutti i giorni su meetic...

Questa sezione contiene i racconti di coloro che hanno «incontrato l'amore grazie a Meetic»: quattro interviste a quattro coppie che, oltre a rispondere ad alcune domande («La loro testimonianza»), hanno autorizzato la redazione a pubblicare qualche foto (da una a cinque), che li ritrae invariabilmente abbracciati e raggianti, sul modello delle immagini di sopra. Un'intervista basta a rappresentarle tutte:

Chi tra voi due ha fatto il primo passo?

**BARBARA:** Io... mi ha colpito il suo annuncio... tenerissimo... e ovviamente la sua foto... bellissimo...

**CHRISTIAN:** Mi sembra di ricordare una sua mail molto carina in risposta al mio annuncio...

**Quali sono stati gli elementi del profilo che hanno suscitato il vostro reciproco interesse?**

**BARBARA:** La foto con un sorriso strepitoso e il suo annuncio, che ha fatto da amo... ho abboccato all'istante! :-)

**CHRISTIAN:** Sicuramente il sorriso e gli occhi mi hanno letteralmente rapito...

**Quando è iniziata la storia?**

**BARBARA:** Abbiamo parlato in chat per un bel po' di tempo vedendo che c'era molto feeling e facendoci un sacco di risate, poi ci siamo incontrati il 10 dicembre 2005 per la prima volta a casa mia... Se ci ripenso mi sento un po' un'incosciente... farlo entrare a casa mia per la prima volta alle 3 di notte... Ma ho avuto subito la sensazione che fosse un bravo ragazzo... Mi ha ispirato subito fiducia... Da lì ci siamo visti tutte le settimane, nonostante lui sia di Biella e io abiti in provincia di Milano.

**CHRISTIAN:** Chattando, per un mesetto circa, abbiamo scoperto che l'umorismo sottile e cerebrale era una caratteristica comune... risultato? un sacco di risate e crescente voglia di conoscerci!! Dopo mail, chat e qualche miliardo di sms... il 10 dicembre,

dopo una cena con amici, sono partito alla volta di Milano. Sbagliando strada almeno una volta per ogni incrocio da Agrate a Liscate e dopo una telefonata di un paio d'ore, a notte fonda, sono arrivato a Liscate!! In cuore mio pensavo che sarei tornato a casa senza vederla... e invece era ancora lì, ad aspettarmi con una bottiglia di vino e due calici!!! come resisterle...

**Quanto tempo è passato dal primo incontro in Meetic al vostro primo appuntamento?**

**BARBARA:** Credo un mesetto, più o meno...io mi sono iscritta a Meetic circa a metà novembre... e l'ho tampinato quasi subito! Come fare a resistere al suo sorriso?? IMPOSSIBILE!!!

**CHRISTIAN:** Poco più di un mese... in realtà è successo tutto molto naturalmente senza forzature!! forse se nn avessi fatto una pazzia quella notte saremmo ancora qui... a parlare e ridere sulla chat.

Si noti nel testo l'abbondanza di punti esclamativi, puntini di sospensione, espressioni colloquiali e abbreviazioni tipiche dello stile di scrittura cosiddetto "oraleggiante" (che imita cioè la lingua parlata), stile che spesso si usa quando si scrivono mail, si chatta, si mandano SMS.<sup>12</sup>

Si noti anche, dal punto di vista dei contenuti, che l'intervista non fa che riproporre uno dei motivi classici dell'amore romantico: il *colpo di fulmine*, con l'incoscienza e l'imprudenza che ne seguono. Come ricorda Miceli (2001, pp. 14-15), in una succinta ma densa rassegna dei modi in cui la storia della letteratura occidentale ha rappresentato l'amore, il colpo di fulmine è il più classico modello di innamoramento letterario: da Dante e Beatrice, passando per i poemi cavallereschi quattro-cinquecenteschi, fino alle eroine del melodramma settecentesco e romantico. Non a caso, tutte le interviste riportate (reali o fittizie che siano) riproducono questo standard.

Seguono infine un gran numero di mail («Le testimonianze giorno per giorno»), inviate da coloro che, felici grazie a Meetic, ringraziano la redazione per avergli fatto trovare l'amore che cercavano. Ecco un paio di esempi (tutti le abbreviazioni e gli errori di ortografia e battitura sono nei testi originali):

Grazie a Meetic, stò vivendo la storia d'amore più intensa della mia vita. Mai avrei creduto che si potessero provare, sensazioni, emozioni così forti e coinvolgenti. Io stò vivendo, quello che ho sempre

<sup>12</sup> Per approfondire questi tratti della scrittura di mail e chat, e confrontarli con quella degli SMS, cfr. Cosenza (2002).

desiderato da un rapporto con una donna, con un coinvolgimento per tutti e due totale. Che dire,gr.

Ve lo immaginate un pomeriggio di pioggia di autunno con la poca voglia di uscire .. ecco noi ci siamo incontrati proprio così... e il prossimo 5 luglio ci sposeremo Quando raccontiamo come ci siamo conosciuti tutti ci dicono... ma dai... figurati... eppure io che sono ancora iscritta ho scoperto che molti amici si sono iscritti a meetic. Auguro a loro quello che è accaduto a noi. Grazie a voi di meetic per averci accompagnato l'uno fino all'altro. Luciana e Simone.

In sintesi, tutto ciò che appare in questa sezione della home di Meetic concorre a costruire le testimonianze (vere, false, o solo ritoccate che siano) come *veridiche e spontanee*: testo introduttivo e fotografie, ma soprattutto lo stile colloquiale delle interviste e i testi delle mail, piene di errori ortografici e refusi. L'anima gemella esiste davvero, ci dice Meetic, e la troverai anche tu se frequenti il sito.

## **6. Le sceneggiature femminili tipiche**

Nessuno si stupirà, a questo punto, se la maggior parte dei profili femminili che si leggono su Meetic ricalcano, anche nello spazio da 50 a 2000 caratteri che sarebbe aperto alla libera espressione individuale, stereotipi di autopresentazione abbastanza prevedibili.

A dire il vero, all'inizio di questo lavoro ero io a essere stupita: com'è possibile, mi chiedevo, che sedicenti diplomate, laureate (o addirittura con titoli superiori), sedicenti studentesse e professioniste (medico, avvocato, insegnante...), fresche ventenni e mature signore (da 20 a 70 anni è la fascia di età che ho scandagliato), com'è possibile, mi chiedevo, che finiscano tutte per raccontare se stesse e l'uomo che cercano seguendo le stesse sceneggiature tipiche? È stato proprio perché spinta da iniziale meraviglia – e perché non volevo peccare di pregiudizi snobistici verso le iscritte a Meetic – che ho cominciato a cercare le possibili ragioni di questa stereotipia nel modo in cui Meetic è costruito, piuttosto che diagnosticare una dilagante mancanza di fantasia. Detto in altri termini: se tutto nell'interfaccia di Meetic concorre a spingere le donne verso i ruoli e le storie più trite dell'amore romantico, è probabile che poi finiscano davvero per giocare quei ruoli, almeno finché stanno in quell'ambiente.

Così di fatto accade, e accade in modo indipendente, come vedremo, da variabili di età, titolo di studio, regione di provenienza. È proprio questo il risultato principale dell'osservazione analitica che ho condotto finora: le circa 3000 donne italiane iscritte a Meetic, che hanno fra 20 e 70 anni, che sono diplomate, laureate o hanno titoli superiori alla laurea, che provengono da Piemonte, Emilia-Romagna, Sicilia, costruiscono il loro annuncio seguendo poche ed elementari sceneggiature tipiche, condensate attorno ad alcuni *personaggi femminili standard* o, in termini greimasiani, *ruoli tematici* (cfr. Greimas e Courtés 1979, voci «ruolo», «tema», «tematico»).

Per di più, questi ruoli tematici sono talmente ricorrenti e rigidi da poter essere considerati veri e propri *stereotipi*, nel senso che abbiamo visto nel § 5; in quanto tali, è probabile che generino, da un lato, comportamenti standardizzati da parte delle donne, dall'altro, aspettative, pregiudizi e comportamenti a loro volta scontati da parte degli uomini che interagiscono con loro. Sarà compito di una fase successiva della ricerca:

1. analizzare i profili maschili che rispondono agli stessi parametri di età, titolo di studio, regione che ho fissato per le donne, per verificare quanti e quali sono i ruoli tematici degli uomini che stanno su Meetic;
2. verificare (quando la mia osservazione diverrà compiutamente *partecipante*) il grado di stereotipia riscontrabile nelle effettive interazioni on line delle donne e degli uomini su Meetic.

In attesa di questi approfondimenti, ecco per ora i *sette ruoli tematici* che ho individuato, ognuno accompagnato dagli esempi più rappresentativi. È opportuno precisare che molti di questi ruoli sono spesso mescolati fra loro, anche se non tutte le combinazioni sono equiprobabili: capita di frequente, ad esempio, che una donna giochi la parte della Sincera e della Romantica nello stesso annuncio, ma è più improbabile (se non per indurre sconcerto) che qualcuna si mostri Emotiva-Sensoriale e nel contempo Decisa.

### 6.1. La Romantica

È il ruolo più coerente con gli elementi dell'interfaccia che abbiamo evidenziato. Si trova in annunci come quello di S., 25 anni, Forlì, diploma di maturità:<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Per ogni ruolo tematico, riporterò solo gli annunci che considero più rappresentativi, accompagnati da una iniziale fasulla, ma dalle indicazioni dell'età, del titolo di



Ciao, mi chiamo S., non posso dirti come sono io perchè dovrai scoprirlo tu col tempo...posso solo dirti quello che sto cercando in questo periodo della mia vita: una persona che mi faccia sentire al centro del suo universo...e mi faccia vivere come in una favola...sto cercando il mio principe azzurro...

Oppure nell'annuncio di A., 38 anni, Ferrara, diploma di maturità:

non mi interessa conoscere chi usa la chat come un supermercato della comunicazione.. le persone sono importanti e io do valore a quello che dico e al tempo che dedico a qualcuno. Non so se sia possibile in chat incontrare qualcuno di cui ci si possa innamorare veramente ..per me una relazione è comunque possibile solo se sono innamorata.

Ma anche G., 40 anni, Torino, laureata, esprime un romanticismo analogo:

Cerco un vero uomo e amico, che mi da la fiducia e la sicurezza. Spero che esistono ancora persone veri con i sentimenti veri e non solo serata a letto.

E poi S., 29 anni, di Forlì, diplomata:

Cerco l'uomo vero.... l'anima gemella...se no' non se ne fa niente....credo ancora nell'amore.....stupitemi.....

F., 34 anni, Agrigento, laureata:

Nella vita ho tutto, o quasi. vorrei tanto un uomo speciale, che la rendesse, completa, unica e più felice.....mi piacerebbe incontrare un vero uomo, forte, romantico, capace di rendere le cose semplici della vita, delle magiche emozioni. vorrei che visse con l'unico scopo di rendermi felice, xchè è quello che farei io, vivrei con lui e x lui. capire l'importanza dell'amore nella vita di tutti i giorni porta a respirare la vera essenza dell'esistere. cerco te, e nessun altro.....

---

studio e della città realmente dichiarate nel profilo. Ripoterò il testo di ogni annuncio in modo fedele all'originale, lasciando intatti gli eventuali errori di ortografia, i refusi e la moltiplicazione di segni di interpunzione che vi compaiono.

Spesso le donne, nell'esprimere a chiare lettere i loro desideri romantici, vogliono anche allontanare (preventivamente o perché hanno avuto esperienze negative al riguardo) la possibilità di essere contattate a scopi puramente sessuali (per la «serata a letto», come dice G.). Il quadro dell'amore romantico si completa così con una contrapposizione molto tradizionale fra «sesso *senza* amore» (che le donne di Meetic non vogliono, anzi aborriscono) e «sesso *con* amore» (che desiderano o perlomeno accettano).

## 6.2. L'Emotiva-Sensoriale

Le donne che giocano questo ruolo danno molta importanza alla condivisione emotiva con il partner e la rappresentano come basata su esperienze sensoriali comuni. Di solito i loro annunci descrivono ambienti naturali o scene quotidiane piene di colori, suoni, odori, oppure fanno riferimento a una ideale condivisione di sensazioni tattili, visive, olfattive: da questi quadretti idilliaci dovrebbe nascere l'agognata simbiosi amorosa. Ad esempio L., 39 anni, Vercelli, diploma di maturità:

Avrei ancora voglia di emozionarmi per una persona, una delle sensazioni più dolci ed esaltanti della vita, anche se rarissima.....Per condividere molte cose,dagli interessi (sport, musica, cinema,teatro, vacanze,letture, etc.etc.) agli stati d'animo, ai pensieri.... forse è chiedere troppo?!  
Comincio a pensare di sì....!

Si veda anche C., 61enne di Palermo, diplomata, che nel *post scriptum* condisce il ruolo di Emotiva-Sensoriale con ingredienti tipici della Decisa (cfr. § 6.4):

mi piacerebbe conoscere una persona che come me sia convinta che l'energia sprigionata dalle onde del mare in tempesta,nutre positivamente l'anima.per ribellarsi occorrono sogni che bruciano anche da svegli.  
ps:rispondo solo a persone con foto.

P., 30 anni, Novara, laureata:

Quello che voglio dalla vita è vivere delle emozioni, sentire vibrare le cose intorno a me. Vorrei una persona che volesse

lasciarsi andare ai sentimenti, a ciò che prova... e avesse il coraggio di affrontare la vita con tutte le sue incertezze. Vivela, assaporando ogni cosa che la vita ci offre per scoprire i suoi misteri, quello che non sempre è visibile sulla superficie... Cogliere il momento con la spontaneità e l'entusiasmo di chi vede qualcosa di meraviglioso per la prima volta...

N., 31 anni, Vercelli, con diploma di maturità:

TRA LA NOSTRA ANIMA E IL NOSTRO CORPO CI SONO TANTE PICCOLE FINESTRE, DA LI, SE SONO APERTE PASSANO L'EMOZIONI SE SONO CHIUSE FILTRANO APPENA, SOLO L'AMORE COME LO PERCEPISCO IO, HA IL POTERE DI SPALANCARLE TUTTE INSIEMEE DI COLPO, COSI', COME UNA RAFFICA DIVENTO.....

Infine P., 25 anni, Bologna, laureata:

La vita non si misura con la quantità dei respiri ma con i momenti che te lo hanno tolto.....

### 6.3. La Semplice-Sincera

Questi annunci implicano un contrasto valoriale di fondo fra menzogna e sincerità: la donna si presenta come sincera e oppone (esplicitamente o, più spesso, implicitamente) la propria trasparenza alle menzogne degli altri, degli uomini in particolare oppure di tutti, nella vita o solo su Meetic. Ho messo assieme il concetto di sincerità a quello di semplicità, perché spesso gli annunci li combinano, nell'idea, da un lato, che la trasparenza delle intenzioni comporti una semplicità di pensieri e sentimenti che va valorizzata, dall'altro, che le menzogne appartengano alle persone complicate, indirette, e per questo negative. Un aggettivo che ricorre in questi annunci è «solare» (il sole fa luce, toglie le ombre, rende le cose più chiare). C., 25 anni, studentessa di Catania, si esprime così:

Ciao a tutti,  
sono una ragazza semplice che cerca nuove amicizie. Quindi cosa aspetti? Prego solamente astenersi pervertiti, maleducati e bugiardi!!! Ops forse così escludo tutti gli uomini....ehehehBaci!

F., 23 anni, Cesena, laurea breve:

sono una ragazza molto sensibile e sincera, nn mi piacciono le prese in giro di nessun genere!!sono una persona solare e sorridente...vorrei incontrare una persona che mi capisca e che mi accetti cosi come sono..con pregi e difetti!!!odio la falsita e l'ipocrisia delle persone...sono socievole e molte volte un po timida,ma mi succede con le persone che mi interessano veramente e all'inizio di un rapporto nuovo...poi riesco a comunicare quello che sento e provo con piu tranquillita!!!nel complesso mi reputo e mi reputano una persona interessante!!!

M., 30 anni, Torino, dottorato:

odio la falsita. odio l'arroganza . odio chi si serve della propria immagine solo per apparire .adoro la semplicità , l'onestà , e sono sempre pronta ad aiutare chi ne ha piu bisogno di me... ama se hai bisogno di essere amato. non giudicare se non vuoi essere giudicato.....

B., 37 anni, Rimini, laureata:

Sono una persona solare, aperta alla vita e a tutto quello che essa offre. Mi piacciono le persone sincere e spontanee, che sanno mettersi in gioco e giocare!

R., 36 anni, Agrigento, laureata:

la vita è già tanto complessa... vorrei pensare a questo come ad un gioco, non un gioco in cui nascondersi, ma un gioco con cui crescere, con cui valutare la possibilità di conoscere delle persone interessanti in un luogo virtuale, ma non poi tanto diverso da quello reale...

#### 6.4. La Decisa

Questi annunci rappresentano donne che *sanno quello che vogliono* e lo dicono *senza mezzi termini*: come sono fatte, cosa cercano in un uomo, cosa non gradiscono, il tipo di approccio che non vogliono sia loro rivolto. Il tutto è spesso condito con un pizzico di aggressività (a volte un po' più che un pizzico).



Invece L., 46enne di Bologna, laureata, propone addirittura un elenco numerato:

Vediamo di esaudire le domande che mi vengono poste nella stragrande maggioranza dei casi:

1. Mi chiamo L.
2. Non cerco nulla
3. Lavoro, come tanti su questo pianeta.
4. Chiedermi che lavoro svolgo, quando chatto, mi da l'impressione di stare stilando un c.v. Se questa domanda sorge spontaneamente per capire se c'è una donna che vuole farsi mantenere, beh..tranquilli sono economicamente autosufficiente.....
5. Non esco con nessuno dopo 30 righe di conoscenza
6. Nel profilo c'è scritto che non ho bambini, ma vivo in condivisione..... Certo ho due figli grandi e NON sono bambini.
7. Metto in lista nera quelli che sono sposati, fidanzati e accompagnati ma, nella maggioranza dei casi di chi si dichiara libero e non lo è, solitamente riesco a sgamarli..

A., 38 anni, Agrigento, diploma di maturità, dopo aver elencato ciò che *non* vuole, conclude mostrando, da un lato, una certa sicurezza nella propria avvenenza (visibile in foto), ma presupponendo, dall'altro, il pregiudizio che gli uomini si fermano a valutare solo quella:

dove sono gli uomini veri che vogliono rischiare conoscendo realmente una donna vera?chi lo sà... -non rispondo a chi non mette la foto -non rispondo a chi abita lontano-non rispondo ai maleducati-non rispondo ai vecchietti-non rispondo ai piu piccoli; si prega non insistere grazie-PS:e se fossi un vero cesso?mi scrivereste ancora?

B., 26 anni, rumena di Faenza, laureata, oltre che Decisa si mostra Semplice-Sincera:

cerco solamente sincerita. detesto le bugie e chi non e sincero..per favore non scrivete nelle vostre email che siete ricchi che avete ville barche o porsche ferrarri ecc che non mi interessa niente. detesto le persone venali.....  
SE NON HAI LA FOTO NON CONTATTARMI NON VALUTO E NON RISPONDO A NESSUNO SENZA FOTO  
QUINDI NON PERDERE TEMPO A SCRIVERE.....

Infine C., brasiliana 27enne che sta ad Alessandria, laureata, esprime la sua Decisione in forma telegrafica:

Salve, sono qui per fare 4 chiacchiere ...STOP niente piu...  
buona fortuna a tutti.

### 6.5. La «Cerco amici e poi chissà»

In questi annunci le donne affermano di essersi iscritte a Meetic non tanto per cercare l'anima gemella, quanto *per trovare amici*, persone con cui fare quattro chiacchiere e basta (un po' come diceva l'ultimo annuncio sopra), senza ulteriori scopi, né amorosi, né tanto meno sessuali. Alcune si limitano a fare questa dichiarazione, altre la motivano con varie spiegazioni: troppe delusioni, incredulità nei confronti di Meetic o dei siti di annunci personali, pregiudizi sul comportamento medio degli uomini; altre ancora, pur optando per la cautela, non escludono che dall'amicizia e dalle chiacchiere, prima in Rete e poi di persona, possa nascere l'amore.

Ad esempio, T. 27enne di Alessandria, laureata, si esprime così:

La felicità che cerco non so dove si trovi. Non credo di trovare la mia anima gemella qua, ma spero tanti amici.

M., 24 anni, Cesena, con diploma di maturità:

Ciao a tutti, io sono M,.....  
...sono qui x conoscere persone nuove,,,,,,.....,se  
vi v' scrivetemi.....CIAO CIAO.....un bacio a  
tutti.....

C., 35 anni, Agrigento, laureata:

Sono una persona calma, divertente, simpatica, dolce e sincera, con un carattere forte. Mi piace molto il mare, viaggiare, leggere e conoscere gente nuova, ma se non vuoi una vera amicizia non contattarmi. a presto!!!!

F., 45enne di Moncalieri, con diploma di maturità, è di poche parole:

Le amicizie sono quelle che contano piu che il resto ... dopo poi chi lo sa

Mentre B., 31enne di Bologna, laureata, unisce al ruolo della «Cerco amici e poi chissà» quello della Semplice-Sincera:

Dicono di me che sono una ragazza molto solare, anche se timida ed un pochino introversa.

Mi piace divertirmi e passare le serate in compagnia degli amici. Cerco persone vivaci e con una gran voglia di vivere per instaurare nuove amicizie e chissà che non possa nascere anche qualcosa di importante...

M., 37 anni, di Alba e laureata:

un'amicizia sarebbe già un buon risultato...mi dice che è troppo corto, aggiungo: chi trova un amico trova un tesoro!

C., 67 anni, modenese laureata:

...sono arrivata in questo sito per caso...il destino ??? vorrei solo avere modo di conoscere gente nuova, per due chiacchiere virtuali e poi magari un caffè!

C., 63 anni, Trapani, diploma di maturità:

Mi piacerebbe conoscere persone interessanti, non banali... per fare 2 chiacchiere e poi, chissà... Preferisco i contatti via email.

## 6.6. La Delusa

Giocano questo ruolo le donne che, pur affidandosi a Internet per trovare l'anima gemella, raccontano più o meno estesamente esperienze passate negative, che le avrebbero segnate e le rendono molto scettiche sulla possibilità che il loro tentativo con Meetic abbia successo. In genere questi annunci sono più lunghi della media, perché per parlare di delusioni senza essere sgradevoli (in un contesto in cui la sgradevolezza è penalizzante) sono necessarie più parole. Ad esempio, S., 49enne palermitana con diploma di maturità:

Ciao a tutti! È da tanto che sono iscritta a meetic ma, pur avendo avuto fino ad adesso incontri deludenti, sono



un'inguaribile ottimista e ci resto per un altro po'....Anche se abitate in Piazza della Signoria o lungo il Canal Grande non chiedetemi di "passare" dalle vostre parti..non cerco luoghi dove passare le vacanze. Mi piacerebbe, invece, incontrare un uomo di età non superiore alla mia, con i capelli possibilmente ancora esistenti, che dopo avere vissuto tutte le esperienze possibili abbia voglia di fermarsi. Anche se per ragioni logistiche tutti vorremmo incontrare persone geograficamente a noi vicine, a volte, le persone che più ci piacciono sono lontane.. ecco, a tal proposito, vi prego, non scrivetemi se girate normalmente l'Italia in lungo ed in largo per lavoro, se amate i viaggi, se siete stati in Messico, Australia, Thailandia, Perù, Papuaia eccetera, ma poi x prendere un aereo x Palermo x conoscere non una sgallettata qualunque ma una donna vera vi fate mille problemi!!! Da parte mia, se dovessi incontrare l'uomo della mia vita, sarei disposta a trasferirmi stabilmente ovunque, da Lampedusa al Trentino..scusate se è poco.

Ben più amaro è l'annuncio di L., 59 anni, piacentina e laureata:

Il mio ritratto è un cerbero volto di donna così triste così sola così vuota: Triste epilogo di vita, malinconico opaco cuore di vetro...Ma se le piante sono sicure che la primavera verrà, perchè io essere umano non credo che un giorno sarò capace di raggiungere ed ottenere tutto ciò che sogno?? Sogno l'amore e tu che mi leggi mi vuoi vero??? Ti aspetto con ansia L.

## 6.7. L'Originale

Rientrano in questa categoria gli annunci che cercano, con esiti più o meno felici, di *evitare ogni cliché*, di rompere gli schemi, insomma di emergere nella massa *per differenza*, sorprendendo in qualche modo i lettori. Punta ad esempio sul gioco di parole A., 35enne di Vercelli, con diploma di maturità:

chi arde non ardisce e chi ardisce non arde! Spiegarlo a parole è difficile ma di persona...

Qualcosa di analogo fa C., 22 anni, studentessa torinese:

Hey what you're looking for?  
No one has the answer  
They just want more...  
Il trucco nella vita non è ottenere ciò che vuoi, è volerlo dopo  
che l'hai ottenuto...

Preferisce invece etichettarsi come *imprevedibile* K., 23 anni, studentessa di Faenza:

sono un'uragano, non stò mai ferma e adoro divertirmi. ho un carattere forte forse fin troppo....sfido a starmi vicino...con me non ci si annoia mai...e sono imprevedibile.

Più spiccia, pur cercando sempre di differenziarsi, è B., 37enne di Cesenatico, con diploma di maturità:

cosa dovrei scrivere qua?? tanto negli annunci siamo tutti belli,  
bravi, simpatici etc. etc.  
se vuoi sapere come sono io , contattami !!!

Abbastanza simile è poi la soluzione di V., 43enne di Palermo con diploma di maturità:

Che dire?... che vorrei conoscere un uomo bello, simpatico, con una bellissima macchina, con un lavoro prestigioso, molto generoso e che mi ami alla follia? Vediamo se esiste..almeno la simpatia... oppure, che mi faccia entrare e vivere in una favola...!!!

Più personale è l'annuncio di A., 52enne russa, residente a Catania e diplomata che, pur giocando i ruoli stereotipati della Romantica e della Semplice-Sincera, ci racconta qualcosa della sua storia di migrante, e per questo costruisce un'autopresentazione un po' diversa dalle altre:

Il destino mi ha portato in un paese lontano da quello mio e non importante il motivo perchè vuol dire che devo cominciare a creare la mia vita qui, ma questo non vuole dire che vorrei trovare chiunque tanto per sistemarmi..no e no!!!..Per la prima cosa vorrei imparare a parlare bene l'italiano anche se un pò lo mastico, ma non è abbastanza per poter capire tante sfumature ed è perciò vivere un rapporto in pieno e sono pronta ad affrontarlo!!!..Esiste un uomo che non è interessato

solo a portare una donna a letto, ma a vivere un rapporto completo? Sono amante della famiglia. Vorrei incontrare un uomo attivo, indipendente, interessante e che ha il desiderio di creare un rapporto serio e completo, che è in grado ad insegnarmi a parlare bene l'italiano (che è difficile)..cominciamo?.. dimenticavo..non credo nei rapporti a distanza e non cerco nessun tipo di gioco (non avrei neanche tempo da sprecare).. chi vuole parliamone! e Vi ricordo che ancora chiedo un aiuto a scrivere qui e parlare. Grazie della Vostra pazienza!

Per concludere, propongo il caso di F., 22 anni, studentessa di Bologna, che riesce a dare alla sua presentazione un'impronta che in questo contesto appare originale (ma in realtà è una citazione del film *Radio Freccia* di Ligabue), semplicemente perché adotta un linguaggio ed esprime contenuti più vicini alle chat e ai blog frequentati dai giovani della sua età, che alla media di ciò che si legge su Meetic:

credo nelle rovesciate di Bonimba e nei rift di keit Richards. credo al doppio suono di campanello del padrone di casa ke vuole l'affitto ogni primo del mese.credo ke ognuno di noi si meriterebbe di avere un padre e una madre ke siano decenti con lui almeno finkè nn si sta in piedi.credo ke un inter come quella di Corso,Mazzola e Suarez nn ci sarà mai più,ma nn è detto ke nn ce ne saranno altre belle in maniera diversa.credo ke nn sia tutto qua xò prima di credere in qlcs altro bisogna fare i conti cn quello ke c'è qua,allora mi sa ke crederò prima o poi in qlk dio....credo ke c'ho un buco grosso dentro,ma anke ke il rock'n roll,qlk amiketto,qlk soddisfazione sul lavoro,le stronzate cn gli amici,beh ogni tanto qst buco me lo riempiono.credo ke nn è giusto giudicare la vita degli altri xkè cmq nn puoi saxe proprio un ca\*\*o della vita degli altri.credo ke x credere,certi momenti,ti serve molta energia.ecco allora vedete un pò di ricaricare le vostre scorte conoscendo me!!!!

Forse, sembra suggerire questa ragazza, l'unico modo di sfuggire alle strettoie di Meetic è dimenticare di esserci dentro.

### **Riferimenti bibliografici**

H. Blumer 1969, *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

- N. Branden 1980, *The Psychology of Romantic Love*, Toronto: Penguin.
- P. Corbetta 2003, *La ricerca sociale: metodologia e tecniche. III. Le tecniche qualitative*, Bologna: Il Mulino.
- G. Cosenza 2002, *I messaggi SMS*, in C. Bazzanella (a cura di), *Sul dialogo. Contesti e forme di interazione verbale*, Milano: Guerini, pp. 193-207.
- G. Cosenza 2007, *La donna Trans-Age*, «Ocula» 8, numero monografico sulla *Comunicazione della moda*, luglio 2007, disponibile all'indirizzo [www.ocula.it](http://www.ocula.it).
- G. Cosenza 2008, *Semiotica dei nuovi media*, Roma-Bari: Laterza (3a edizione aggiornata, con l'aggiunta di un capitolo).
- U. Eco 1979, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano: Bompiani.
- U. Eco 1984, *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Torino: Einaudi.
- A.J. Greimas, J. Courtés 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris: Hachette (trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano: Bruno Mondadori, 2007).
- W. Lippmann 1922, *Public Opinion*, New York: Macmillan (trad. it. *L'opinione pubblica*, Roma: Donzelli).
- B. Malinowski 1922, *Argonauts of the Western Pacific*, London: Routledge & Kegan (trad. it. *Argonauti del Pacifico occidentale*, Roma: Newton Compton, 1973).
- B. Mazzara 1997, *Stereotipi e pregiudizi*, Bologna: Il Mulino.
- S. Miceli 2001, *L'innamoramento*, Roma-Bari: Laterza.
- H. Rheingold 1993, *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading (MA): Addison-Welsey (trad. it. *Comunità virtuali. Parlare, incontrarsi, vivere nel cibernazio*, Milano: Sperling & Kupfer, 1994).
- P. Wallace 1999 *The Psychology of the Internet*, Cambridge (Mass.): Cambridge University Press (trad. it. *La psicologia di Internet*, Milano: Cortina, 2000).